

“Lunas” como una solución económica, ecológica y social

“Lunas” as an economic, ecological and social solution

Jose Damian Alvarado Bermeo^{1*}, Francisco Xavier Carrión Parra¹, María Gabriela Loja Saetama¹

¹ Universidad Católica de Cuenca, Ecuador

*jose.alvarado@est.ucacue.edu.ec

DOI: <https://doi.org/10.26871/killkanasocial.v5i1.673>

Resumen

Este artículo tiene como objetivo demostrar la importancia de las empresas verdes y sociales en la sociedad. El estudio se realizó en base a una empresa nacional llamada “Lunas” que produce toallas de tela para mujeres, esta empresa tiene un impacto positivo en los aspectos sociales, y a su vez ayuda a reducir los niveles de contaminación. La investigación se llevó a cabo estudiando los niveles de contaminación generados por el uso de toallas femeninas desechables, y también se abordó el tabú existente sobre la menstruación. Se realizó una entrevista con el cofundador y CEO de “Lunas” para obtener información más detallada sobre el tema. Se identificó a “Lunas” como una empresa verde que genera desarrollo local sostenible basado en su modelo de gestión que toma como referencia la permacultura. Finalmente, se discutió la importancia de “Lunas” dentro del panorama actual, los esquemas que rompe, los logros que alcanza en una sociedad que reprime constantemente a las mujeres, siendo “Lunas” una solución económica, ecológica y social para todas las mujeres en un sistema que olvida la importancia de mantener el respeto a la naturaleza, además “Lunas” representa una herramienta de construcción social que empodera a todas las mujeres.

Palabras clave: emprendimiento verde, menstruación, empoderamiento femenino, desarrollo local, sostenibilidad, permacultura.

Abstract

This article aims to demonstrate the importance of green and social enterprises in society. The study was based on a national company called “Lunas” that produces cloth towels for women, this company has a positive impact on social aspects, and in turn helps reduce pollution levels. The research was carried out by studying the levels of pollution generated by the use of disposable sanitary towels, and also addressed the existing taboo on menstruation. An interview was conducted with the co-founder and CEO of “Lunas” to obtain more detailed information on the subject. Lunas” was identified as a green company that generates sustainable local development based on its management model that takes permaculture as a reference. Finally, the importance of “Lunas” within the current panorama was discussed, the schemes that it breaks, the achievements that it reaches in a society that constantly represses women, being “Lunas” an economic, ecological and social solution for all women in a system that forgets the importance of maintaining respect for nature, in addition “Lunas” represents a tool of social construction that empowers all women.

Keywords: green entrepreneurship, menstruation, female empowerment, local development, sustainability, permaculture.

1 Introducción

Según la RAE, emprender significa “empezar y poner en marcha una obra, un negocio, un compromiso, sobre todo si entraña una dificultad o un peligro”, para que de este modo el ser humano pueda crear nuevas formas de emprender en los distintos sectores de la economía.

A lo largo de los años, pequeños esfuerzos han formado grandes fábricas, lo que comenzó como una idea empresarial terminó siendo un gran eslabón de la economía mundial. Este es el caso de Coca-Cola, que generó ganancias de alrededor de 8.920 millones de dólares en 2019, pero ¿Cuál ha sido su impacto fuera del contexto económico? Fuera del contexto económico, The Coca-Cola

Company contribuye en gran medida a la contaminación del plástico a través de la producción de botellas de plástico, ya que, según estimaciones de la ONU, cada minuto se compran un millón de botellas de plástico en todo el mundo.

Este es sólo un ejemplo de lo preocupante que es este problema en términos de los niveles de contaminación generados en un solo año. Pero por otro lado hay otro sector que contamina mucho durante el año en una industria aparentemente discreta pero siniestra. Es el caso de la industria de las toallas femeninas “higiénicas”. ¿Por qué higiénica? El tabú sobre el uso de toallas sanitarias se discutirá más adelante. Esta industria tiene un mercado totalmente asegurado día tras día, y es que aproximadamente cuando una

mujer menstrúa utiliza de 2 a 4 toallas sanitarias por día, y lo hace en un período de aproximadamente 5 días. Eso significa que una mujer usa 20 toallas sanitarias por mes, y aproximadamente 250 toallas sanitarias por año. Los datos son aún peores cuando el Banco Mundial dice actualmente que la población de mujeres es de 3.811 millones, por lo que el número aproximado de toallas sanitarias utilizadas por año es de unos 952.750 millones, que no se desintegran rápidamente y no son en absoluto respetuosas con el medio ambiente.

¿Es el plástico el único enemigo? La respuesta es no, la única salida a este problema no es sólo la responsabilidad social corporativa, sino que también se encuentra a menudo en el consumo responsable.

Así nació "Lunas", con el objetivo de acabar con esta mala forma de producción en el mundo, y no sólo pone fin a un problema medioambiental, sino que también rompe un esquema patriarcal de las grandes empresas, las cuales han capitalizado la menstruación de las mujeres.

Lunas se dedica a la producción y comercialización justa de toallas femeninas elaboradas con materiales totalmente respetuosos con el medio ambiente, además de ofrecer un espacio claramente femenino para romper esquemas sobre la menstruación. La toalla femenina está elaborada con productos textiles que rompen paradigmas sobre ella.

Este emprendimiento no sólo es ecológico, sino también social, ya que genera diferentes impactos en la sociedad. Por esta razón, "Lunas" nació hace aproximadamente 15 años con un propósito social que beneficia a diferentes sectores y se consolida como un modelo de emprendimiento que contribuye al desarrollo sostenible del país.

Para entender el funcionamiento de "Lunas" se ha planteado como problema de investigación la siguiente pregunta:

¿Cómo impacta Lunas, toallas femeninas a la sociedad de manera positiva?

La investigación se lleva a cabo con el fin de aplicar los métodos y conceptos abordados en el actual período académico, así como para reflejar el funcionamiento y el impacto que las empresas verdes y sociales tienen en el país para generar un desarrollo sostenible y un consumo responsable:

Para llevar a cabo la investigación se ha establecido el objetivo general:

- Analizar a "Lunas" como una empresa verde y social en funcionamiento dentro del país en el año 2020.
- para lograr este objetivo, se han establecido los siguientes objetivos específicos:
- Establecer aspectos teóricos sobre la incidencia del uso de productos femeninos íntimos en la contaminación y economía de los hogares.
- Describir cómo "Lunas" impacta en aspectos sociales, económicos y ambientales.
- Generar breves conclusiones sobre la cultura verde y social que tiene "Lunas" en el mercado ecuatoriano.

2 Metodología

Este artículo se desarrolla desde un enfoque descriptivo porque describe la operación de la empresa "Lunas" como un emprendimiento verde, también relata el impacto positivo que genera en lo económico, ecológico y social.

Las técnicas utilizadas para la elaboración de esta investigación fueron la recopilación de datos bibliográficos a través de Internet y la información obtenida por "Lunas". Además, se realizó una entrevista con la cofundadora y directora general de "Lunas", la Sra. Camila Dávila, para obtener información más detallada sobre la empresa.

Por lo tanto, la hipótesis de investigación es: "Lunas" tiene un impacto positivo en la sociedad y, a su vez, repercute en la reducción de los niveles de contaminación.

De esta manera, se han estudiado variables como la contaminación como eje principal, ya que una empresa ecológica se centra en la realización de actividades que reducen los problemas ambientales. Asimismo, se ha considerado como variable el beneficio económico y social, ya que "Lunas" tiene un impacto social muy beneficioso para las mujeres.

3 Marco teórico

El significado biológico del ciclo menstrual femenino es la maduración y liberación de un óvulo cada mes (Pocock y Richard, 2005). De esta manera, la mujer pasa por un proceso que dura unos 5 días, que a menudo debe ser discreto según los anuncios masivos de las grandes empresas que capitalizan este proceso natural de la mujer.

La ciencia médica considera la menstruación como un proceso característico de los mamíferos (López-Mato, Illa, Boullosa, Márquez, y Vieitez, 2000). Al ser un proceso natural, debe ser aceptado y deben abandonarse los tabúes que rodean a la menstruación; por lo tanto, las entidades encargadas, como el Ministerio de Salud o las instituciones locales o nacionales, deben promover políticas públicas basadas en la educación sobre la menstruación temprana para hacer de la menstruación un tema importante.

Por otro lado, el sangrado menstrual dura de 3 a 7 días, con un promedio de 5 días. Lo cual en aspectos ecológicos es un dato terrible ya que significa 5.298.300 toallas sanitarias por año, que no se desintegran fácilmente y contribuyen a la contaminación.

De esta manera nacen diferentes empresas destinadas a la producción de artículos "sanitarios" femeninos. Estas empresas hacen un uso insensato de la publicidad maliciosa ya que insinúan que la menstruación debe ser un proceso discreto para las mujeres. Además, promueven que sus productos son higiénicos, haciendo que el proceso de la menstruación sea impuro e insalubre para todas las mujeres.

Entre estas empresas transnacionales que se colocan en el mercado, están principalmente las empresas: Nosotras, Kotex, y Stayfree con una gran participación en el comercio internacional. Estas empresas venden productos íntimos femeninos como: toallas, tampones, protectores, toallas húmedas y jabones.

En la fabricación de tampones y toallas sanitarias se utiliza un grupo de minerales llamado asbesto (Booisseau C., 2009), que contiene ingredientes nocivos para el cuerpo humano y el ecosistema. Por lo tanto, la industria de productos femeninos no está interesada en la salud de la mujer, sino en los beneficios a largo plazo, ya que las mujeres a menudo experimentan quistes, infertilidad e infecciones repetidas en su zona vaginal.

Los compuestos de los productos privados de las mujeres pueden tener un impacto tóxico. Se trata de una infección vaginal y también aumenta el sangrado (Booisseau C., 2009). Por lo tanto, la industria asegura que la salud de las mujeres se ve afectada, por lo que deben comprar los productos.

Pero al mismo tiempo hay diferentes productos orientados al uso femenino, como:

Espojas menstruales marinas: Su uso está libre de riesgos y proporciona la ventaja de la libertad de movimiento. (Opcions, 2018)

Tampones: Método de absorción del flujo menstrual durante el período. (FDA, 2020) Pero hay un problema eminente con el uso de los tampones, puede ser cómodo, pero el simple hecho de que venga envuelto en plástico, o que su aplicador sea de plástico, lo hace tan contaminante como las toallas sanitarias, y esto en su caso a menudo termina en las playas.

Copa menstrual: Funciona recogiendo la menstruación, no la absorbe como las toallas sanitarias o los tampones (Magasin, 2020) de esta manera la copa menstrual termina siendo una opción moderadamente aceptable en el contexto ecológico, pero en la actualidad la producción de la copa menstrual se basa en el plástico que es malo para la salud de las mujeres y para el índice de contaminación

Además del hecho de que la mayoría de los productos no son reciclables, también es una realidad el abuso de los desechos de estos productos (Macías Grijalva y Coello Hernández, 2020). Los productos químicos contenidos en las toallas sanitarias pueden afectar a la salud de las mujeres y, por la misma razón, también pueden afectar a la salud de los limpiadores públicos, porque cuando entran en contacto con ellos, pueden enfermarse por los productos químicos que contienen.

A menudo son arrojados por las mujeres a los cubos de basura (Macías Grijalva y Coello Hernández, 2020) y pueden mezclarse con residuos secos, húmedos y peligrosos en los cubos de basura.

Por otro lado, el gran problema de estos productos es el uso excesivo de plástico tanto para su fabricación como para su envoltura, lo que hace que la mayor parte de estos residuos no sean reciclables y su desintegración lleve mucho tiempo.

De esta manera, nació la necesidad de concientizar a la sociedad sobre los productos desechables ya que, en el año 2018, el 52,30% de los hogares ecuatorianos (Padilla y Pilataxi, 2018) formaban parte de los hogares que clasificaban los residuos a nivel nacional.

De esta manera se puede verificar cómo se clasificaron los diferentes productos que se elaboran en base a plástico, papel, orgánico y vidrio.

En primer lugar, existe una tendencia creciente a la clasificación de residuos de plástico, con una tendencia decreciente año tras año en el año 2017:

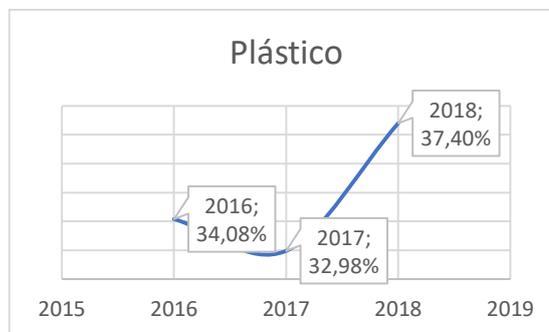


Figura 1: Clasificación de residuos plásticos. ESPND, 2018

Luego está la clasificación del papel o cartón de desecho que también sigue una tendencia positiva y con una caída en el año 2017:

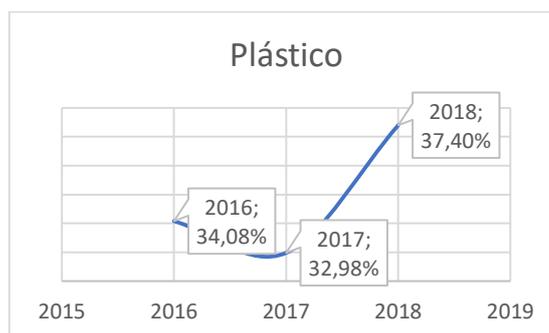


Figura 2: Clasificación de residuos de papel o cartón. ESPND, 2018

Mientras que la clasificación de los residuos orgánicos ha seguido una tendencia completamente positiva:



Figura 3: Clasificación de residuos orgánicos. ESPND, 2018

Por último, la clasificación de los residuos de vidrio ha seguido la misma tendencia que la clasificación de los residuos de plástico o cartón:



Figura 4: Clasificación de residuos de vidrio. ESPND, 2018

Se puede ver que hay una relación creciente a partir de 2017 porque en los últimos años se han realizado campañas ambientales (Padilla y Pilataxi, 2018) y esto como resultado ha generado un impacto dentro de la población ya que ha despertado su compromiso con la clasificación de los residuos.

Pero lamentablemente hay que destacar que las toallas sanitarias, las mismas que entran en la clasificación de los plásticos, no son reciclables por lo que afecta al ecosistema ambiental del país.

Por lo tanto, las almohadillas "sanitarias" tienen un gran impacto en la contaminación, ya que tarda cientos de años en degradarse y a menudo se quema, lo que da lugar a la emisión de gases contaminantes como el dióxido de carbono (Bothra, 2018).

Según Florentini (2019) una mujer menstrúa aproximadamente de 3 a 5 días y utiliza un promedio de 5 toallas íntimas por día; esto significa que en un año menstrúa 60 días. Por lo tanto, una mujer utiliza aproximadamente 300 toallas íntimas por año.

Por lo tanto, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos refleja que para el año 2016 en el Ecuador las mujeres en edad fértil de 15 a 49 años eran aproximadamente 17.661. Por lo tanto, aproximadamente el país tiene que lidiar con 5.298.300 toallas íntimas por año, las cuales no se desintegran fácilmente y contribuyen a la contaminación.

Se estima que una toalla íntima puede tardar entre 500 y 800 años en descomponerse (Jones, 2019) y, como está hecha principalmente de plástico, nunca se biodegradará realmente.

Por otro lado, como los tampones están hechos de materiales naturales (como el algodón), su tasa de biodegradación será más rápida después de seis meses (Jones, 2019). Sin embargo, como muchas marcas de tampones ahora contienen plástico y a menudo están envueltos en plástico, esto complica aún más el problema.

Los artículos desechables que no pueden ser llevados al vertedero terminarán en el océano o en la playa. Los apli-

cadore de tampón de plástico se encuentran generalmente en la playa, incluso dentro de los estómagos de las aves marinas muertas (Jones, 2019).

Aunque existe un problema más profundo y malicioso, debido a que los residuos sanitarios son patógenos y no pueden eliminarse adecuadamente, las dioxinas y el cloro pueden filtrarse y contaminar las aguas subterráneas, los arroyos y los lagos, causando graves problemas de salud a quienes los utilizan o consumen (Manzi, 2020).

Entonces se puede verificar que el uso de estos productos íntimos femeninos tiene un impacto directo en el índice de contaminación a largo plazo; esto significa que su producción no busca el desarrollo sostenible y mucho menos está ligada a los valores de la permacultura.

Entonces, ¿Cómo deshacerse realmente de los millones de desechos de productos íntimos femeninos? Ciertamente no hay una forma ecológica de hacerlo. Por lo tanto, para acelerar este proceso, los vertederos de algunos países incineran estos productos y liberan gases tóxicos (Stuardo, 2018). La huella de carbono anual total es de 15 millones de toneladas de emisiones de gases de efecto invernadero, lo que equivale a quemar 35 millones de barriles de petróleo.

Los aspectos no ecológicos del uso de los productos íntimos de la mujer sólo demuestran su falta de atención a las prácticas ecológicas, pero también existe otro problema social que gira en torno al uso de estos productos, o incluso más que afecta directamente a la mujer en general.

Según el INEC, las mujeres ganan en promedio un 20 % menos que los hombres, y aun así en el mes de marzo de 2020, la incidencia de las toallas sanitarias en la inflación mensual por división del consumo es evidente (Vera, 2020).

Tabla 1: Productos con mayor incidencia a la variación mensual de la división de Bienes y servicios diversos

| Producto | Ponderación | Incidencia Mensual | Inflación Mensual |
|--------------------------------|-------------|--------------------|-------------------|
| Shampoo | 0,0053 | 0,01 % | 4,43 % |
| Protector solar | 0,0017 | 0,01 % | 12,74 % |
| Cepillo de dientes | 0,0025 | 0,00 % | 1,48 % |
| Acondicionador para el cabello | 0,0012 | 0,00 % | 2,04 % |
| Rasuradora | 0,0016 | 0,00 % | 0,66 % |
| Toallas sanitarias | 0,003 | 0,00 % | 0,31 % |
| Pasta dental | 0,0036 | 0,00 % | 0,18 % |
| Anillo | 0,0011 | 0,00 % | 0,61 % |
| Gel y fijador de cabello | 0,001 | 0,00 % | 0,09 % |
| Tinte para el cabello | 0,0006 | 0,00 % | 0,13 % |

Fuente: Índice de precios al consumidor [IPC] (2020).

Dentro de la categoría "bienes y servicios diversos" la que se representan las "toallas sanitarias" representa el 9,86 % del peso de la cesta del IPC.

Y fuera de esta representación hay un impuesto invisible llamado el impuesto rosa que hace que las mujeres paguen más por comprar el mismo producto que un hombre (Cárdenas, 2019) simplemente porque está dirigido a un público femenino.

Se ha demostrado que por el mismo producto las mujeres pagan más que los hombres el 42 % del tiempo (Cárdenas, 2019). En la mayoría de los casos en la variedad de productos que las mujeres aparentemente necesitan, o probablemente las grandes empresas generan estas necesidades a través de publicidad masiva.

Desde artículos de higiene personal, artículos para bebés, ropa y tecnología se puede ver que tienen un precio más alto cuando están destinados a las mujeres.

Por lo tanto, estos datos van de la mano de los datos del INEC ya que gracias a los resultados de la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo se revela que para el tercer trimestre de 2019 los hombres tenían una tasa de empleo adecuada del 44.8 % y las mujeres sólo del 30.01 %.

De esta manera, las mujeres pasan a formar parte de un grupo vulnerable que gana menos ingresos y a su vez gasta más.

Otro factor social que hay que señalar es un factor psicosocial que desalienta, denigra y ataca todo el tiempo a las mujeres por el mero hecho de serlo.

La menstruación para las mujeres significa "estar enferma", por lo que las grandes empresas les dicen que sus productos "discretos" les ayudan con su "higiene".

¿Por qué las mujeres están enfermas? La menstruación es una condición natural de los mamíferos, por lo tanto, las mujeres no se enferman cuando menstrúan, sino que, por el contrario, entran en un proceso vitalicio para supervivencia humana.

Por lo tanto, la menstruación se convierte en un tabú desde el momento en que se requiere tratar este tema con discreción, pretender que la menstruación no existe, o si una mujer está en su ciclo menstrual debe ocultarlo a toda costa con toda la variedad de toallas "sanitarias" promovidas por las grandes empresas transnacionales.

Finalmente, ¿Cuál es la razón de este factor higiénico o sanitario en todos los envases de productos femeninos íntimos? Se ha confirmado que la menstruación de las mujeres es rica en nutrientes, y que su ciclo menstrual es totalmente natural. Por otro lado, el uso de toallas sanitarias para atender el ciclo menstrual hace que la sangre entre en contacto con cientos de químicos dañinos, que generan el mal olor con el que se pretende intimidar a las mujeres sobre su menstruación.

Como resultado, las mujeres se han visto perjudicadas económica y socialmente, y a través del desarrollo de productos íntimos femeninos para atender su ciclo menstrual, el medio ambiente ha sido completamente violado.

De esta manera, surge la necesidad de buscar alternativas amigables en forma de producción y con un producto socialmente beneficioso. Una alternativa es emprender con formas innovadoras con principios y valores vinculados a la permacultura, que es un sistema de diseño que busca crear asentamientos humanos sostenibles, ecológicamente sanos y económicamente viables. Asentamientos capaces

de producir para satisfacer sus necesidades, sin explotar recursos ni contaminar, es decir, sostenibles a largo plazo.

Según las cifras del INEC, el Ecuador es uno de los países con mayor índice regional de emprendimiento en relación con su población. Estos son los que conforman y consolidan gran parte del sector popular y solidario de la economía.

Por lo tanto, es importante promover el espíritu empresarial como tal, proporcionando diferentes servicios e incentivos para que las personas decidan convertirse en emprendedores. Al emprender, las personas generan desarrollo local y al mismo tiempo economía social, ya que esto genera el bienestar de la localidad.

Por otra parte, el espíritu empresarial también permite a las personas ser autónomas y les exige mejorar constantemente sus capacidades intelectuales, por lo que el espíritu empresarial es también un motor de desarrollo personal.

Por lo tanto, hay una variedad de emprendimientos de cualquier tipo, pero en esta investigación se toma como referencia el tipo de emprendimiento verde.

Sanabria y Hurtado (2016) describen el emprendimiento verde como:

El desarrollo de actividades destinadas a mitigar, reducir o eliminar los problemas ambientales, consideradas innovadoras desde el principio, en la medida en que proponen cambios en los patrones de producción y consumo que deterioran las condiciones naturales del planeta y en la relación de los seres humanos con el medio ambiente. (p. 93)

Por lo tanto, las empresas ecológicas están relacionadas con la permacultura ya que buscan el desarrollo local y la autosostenibilidad de las personas.

4 Empresa Lunas

Un ejemplo de emprendimiento verde y social es la empresa "Lunas".

"Lunas" es un proyecto que pretende reexaminar el ciclo femenino, con el objetivo de proporcionar una impresión profunda, amorosa y sentida a las mujeres que quieren promover la salud de la mujer en relación con su personalidad.

La empresa produce toallas de tela para mujeres basadas en la permacultura, además de generar sostenibilidad y desarrollo local.

Además, proporciona a las mujeres un producto artesanal local hecho de materiales biodegradables, lo que puede promover el cuidado del medio ambiente, y proporcionar servicios de salud, anticipación y cuidado para que las personas acepten la menstruación como un proceso natural.

"Lunas" tiene su sede en Cotacachi Km1 vía Imantag, también cuenta con varias tiendas a las que distribuye el producto a nivel nacional como la tienda naturista Chuquiragua, la tienda orgánica Wayruru, Gopal y Siri Prem y al mismo tiempo trabaja con una tienda virtual donde

se envían paquetes de este producto a nivel nacional e internacional.

Los productos que ofrece "Lunas" son; paquetes de Luna nueva neceser-fujo ligero que tiene el costo de \$41,00 que incluye la cantidad de 6 lunas nuevas, 6 toallas internas y su estuche de almacenamiento. También hay paquetes de Luna Nueva paquete para flujo ligero normal a un costo de \$23,00, Medias Lunas para flujo moderado a un costo de \$10,00, Superlunas orgánicas individuales para flujo abundante a \$14,00, Lunas mixtas que incluyen 2 lunas nuevas, 2 medias lunas y 2 lunas llenas a un costo de \$45,00. dólares.

La idea del emprendimiento nació de un viaje a Brasil en un instituto de permacultura, donde gracias a una mujer brasileña conocieron las toallas de tela, al usarlas se dieron cuenta de los beneficios que tenían ya que su salud mejoraba continuamente, algo que ni médicos ni terapeutas habían logrado, por lo que vieron las toallas de tela como una herramienta completa de transformación, no sólo exploraron el aspecto teórico de la misma, sino que a partir de la práctica comenzaron a compartir su experiencia con personas más cercanas como familiares y amigos, poco a poco se fue construyendo el proyecto.

Ninguno de los fundadores contempló estudios al final, su práctica los llevó a ser autodidactas a la hora de emprender.

Camila Dávila, cofundadora de "Lunas" cuenta la historia del nacimiento de la empresa hace aproximadamente 15 años de la siguiente manera:

Como las aguas de los ríos que van al mar, la vida reunió a tres amigas, Paulina Lasso, Camila Dávila y Genevieve Rajoy".

Además, describió su crecimiento y madurez en un oasis propicio para la autonomía, el respeto y la toma de decisiones, que ayudaría a determinar el proyecto de "Lunas" sin imponer condiciones, y que sin duda daría lugar a un proyecto de alta calidad. Además, este tipo de educación que respeta el proceso de vida es una característica de sus talleres y círculos, y estimula a las mujeres a encontrar su propia fuerza y sabiduría.

La permacultura es parte de su camino, es decir, su gran interés en la adolescencia era entender el mundo y encontrar herramientas concretas, sostenibles e interesantes para formar parte del cambio social y cultural que proporciona empatía y respeto por la vida.

La permacultura es el pilar básico del proyecto "Lunas", un sistema de diseño que tiene por objeto crear asentamientos humanos sostenibles y ecológicamente sanos que puedan satisfacer la demanda sin desarrollar recursos ni contaminar.

La base es la observación de los ecosistemas naturales, la sabiduría ancestral y los conocimientos científicos de los pueblos indígenas.

Las toallas de tela son el resultado de la investigación porque son buenas para el cuerpo de la mujer y pueden ayudar a curar y prevenir enfermedades. También ayudan

a las mujeres a conectarse con su feminidad, el ciclo de la naturaleza, no contamina la tierra, es una inversión económica a largo plazo, y trae cambios revolucionarios al sistema.

Durante estos 14 años, "Lunas" ha mantenido la esencia de aceptar el ciclo menstrual confiando en la sabiduría del cuerpo y la guía de la intuición femenina.

Además, sus experiencias son altibajos, la razón por la que siguen llevando a cabo el proyecto es el testimonio de muchas mujeres que han encontrado en "Lunas" una conexión y un portal de tratamiento profundo.

Como proyecto, "Lunas" se enfrenta ahora al reto de no sólo proporcionar toallas como instrumento práctico, sino también proporcionar un espacio práctico de encuentro, y preparar gradualmente retiros en su espacio, lo que será una experiencia extraordinaria para todos.

El nombre "Luna" viene de la estrecha relación entre las mujeres y el ciclo menstrual y la luna. El cuerpo femenino responde a las fases de la luna, que es el calendario del cuerpo femenino y los cambios de conciencia.

Las toallas femeninas tardan 10 minutos en lavarse y pueden ahorrarle a la tierra más de 100 años de degradación de las toallas desechables.

Los estándares de calidad de la empresa se basan en la producción del producto en base a material sostenible, pero de calidad, además de que ha recibido testimonios de empresas extranjeras aludiendo a que las toallas de tela de "Lunas" están mejor confeccionadas, por lo que para este punto ya tienen un detalle y cuidado en la confección de cada Luna.

La calidad de la Luna depende de la calidad de la materia prima, y debido a que Ecuador no es productor de algodón, la empresa ha tenido que importar el material, porque el algodón nacional se hace en base a la importación de algodón crudo traído de los Estados Unidos y en el país sólo se lo hila y se lo comercializa como producto nacional, pero no lo es. Por otro lado, hay empresas que, para vender menos cantidad de algodón cepillan a sus telas, como la franela para parecer más voluminosas. Teniendo así el deterioro de la calidad de los insumos y esto ha significado un pequeño deterioro en la calidad del producto ya que las Lunas de hace 10 años tenían más calidad que las de hoy, por lo tanto, esto ya es un problema neto de la calidad de la materia prima. Así que la empresa constantemente busca y adquiere materia prima de calidad.

5 Análisis de resultados

Realizado el trabajo de investigación "Lunas" como una solución económica, ecológica, y social, en el mercado ecuatoriano, se puede establecer los siguientes resultados.:

En primera instancia "Lunas" se consolida como una microempresa familiar. Tiene 3 personas a cargo de las áreas principales, y 2 personas en el área de operaciones. Siendo ésta la distribución:



Figura 5: Estructura de la empresa “Lunas”, Alvarado J., Carrión F., Loja M., 2021.

Dentro del área de producción hay 2 costureras que se sienten constantemente motivadas a mejorar, que junto con Camila hacen la parte creativa del diseño de las toallas de tela.

Además, tienen 10 promotoras activas, que hacen el círculo de mujeres, charlas, talleres, ferias. Asimismo, varias personas se integran constantemente al proyecto en función de las necesidades que tienen en ese momento.

De esta manera, “Lunas” se dirige a toda la sociedad, con un interés particular, que es el de motivar el consumo responsable, romper los esquemas patriarcales y las estigmatizaciones que existen sobre la menstruación, y finalmente contribuir al aspecto ambiental respetándolo y demostrando sus prácticas autosostenibles.

La motivación de la empresa para continuar en el mercado se basa en los testimonios recibidos de mujeres que gracias al producto “Lunas” han sufrido un profundo cambio y han generado su autonomía cuando sus problemas psiquiátricos mejoraron. Incluso hay mujeres que han curado enfermedades difíciles de tratar como: quistes, infertilidad, infecciones recurrentes, etc. Por lo tanto, es posible ver el efecto positivo que tiene el producto en las mujeres, diferente a los productos de desecho porque son un riesgo potencial para la salud de las mujeres y la seguridad de la humanidad.

Hay un problema social muy marcado hoy en día y es que la mayoría de las mujeres en el mundo no aceptan su menstruación, y esto a su vez es un gran tabú.

La menstruación ayuda a las mujeres a conectarse con sus cuerpos, pero desafortunadamente la gran mayoría de las mujeres quieren deshacerse de su menstruación basándose en tabúes, por lo que las mujeres quieren ser discretas en este tema.

Esto ha hecho que el desarrollo de las “Lunas” en el mercado nacional sea un reto difícil, aunque en los últimos años ha habido una demanda creciente, ya que las mujeres han empezado a hablar de su menstruación y de la ciclicidad femenina.

Cuando la compañía comenzó, las fundadoras se encontraron en un mundo desconocido. Después de su primera entrevista, descubrieron que las mujeres seguían un tabú porque les aterrizzaba la menstruación.

En las ferias el producto era nuevo, pero había un índice de complejidad basado en el tabú de la menstruación

que aún persiste porque no hay apoyo de políticas públicas ni educación básica sobre la menstruación.

Así nacen charlas dinámicas y participativas, basadas en las experiencias de todos los participantes. Trabajaban en escuelas, universidades, grupos de mujeres o mixtos, grupos rurales o urbanos y organizaban colectivos. Su interés era ampliar el potencial de cada mujer relacionado con su ciclo menstrual, apreciarlo y aceptarlo. Compartieron con hombres que querían entender su feminidad y comprender el ritmo de sus hermanas, amigas y parejas.

Por lo tanto, hay factores que hacen que todo esto sea necesario, ya que las mujeres deben ser discretas en cuanto a su menstruación debido a la capitalización de la misma, por lo que centrarse en el empoderamiento de la mujer a través de su menstruación es tener un impacto positivo en la sociedad.

No sólo las grandes empresas fomentan el rechazo de la menstruación, sino también el sistema médico y la industria farmacéutica. Por lo tanto, si una mujer no está sana debe ir a su médico. Entonces el personal médico como los ginecólogos apoyan este rechazo porque no promueven las buenas prácticas ya que una visita al ginecólogo consiste solamente en “brir las piernas”, por lo tanto, generan este desprecio al proceso natural de la menstruación por parte de las mujeres porque no hay empatía con ellas,

Así que, cuando a una mujer se le ha negado o cegado la aceptación de su ciclo menstrual, esto trae un profundo trauma que tiene efectos en la salud mental, emocional y física. Si hay una aceptación mensual de su menstruación, los pensamientos de que la mujer está enferma cuando menstrúa son descartados.

Cuando se entiende que la mujer en su ciclo menstrual no está enferma, no está sucia, no huele mal, pero que la sangre menstruada es rica en nutrientes, que fertiliza el suelo y no lo contamina, se genera un proceso interno, que descarta todo el drama femenino traído por los antepasados y toda la historia femenina.

Así que cuando esta historia femenina se cura, hay un empoderamiento basado en la autoestima que como resultado las mujeres que se acercaron a su menstruación junto con ayuda psicológica empiezan a sentirse mejor consigo mismas, y cuando una mujer se siente bien consigo misma se siente empoderada.

Luna tiene un gran trabajo basado en los círculos de mujeres, esta es una importante herramienta de construcción social en la que las mujeres se sienten sostenidas y confiadas para compartir testimonios entre ellas, lo que a su vez genera confianza o empoderamiento para ser quienes realmente son. También ayuda a evitar los problemas sociales que giran en torno a la menstruación, y sirve como una conciencia de los derechos fundamentales y de cómo pueden ayudarse mutuamente, esta es otra forma de empoderamiento de la mujer.

Las mujeres que usan la toalla de tela han entrado en un proceso de curación y ya están en un proceso diferente

de aceptar su menstruación, ya que la verán, la sentirán, la recogerán y la lavarán.

Lunas promueve el manejo sostenible de la menstruación e introduce a las mujeres en la ecología femenina, siendo una referencia para la educación y la salud menstrual. Busca apoyar, motivar y promover políticas públicas que salvaguarden la integridad de los ciclos de la mujer. Busca visualizar la participación de las comunidades indígenas de Cotacachi, en la matriz, para la formación de círculos de mujeres, apoyando a las niñas en su primera menstruación, es decir, apunta a un enfoque de cambio social.

Ecología femenina: Cambiar el hábito de tirar la sangre menstrual a la basura, eliminando el mal llamado .estar enferma.^{al} período menstrual, pero eligiendo devolver la sangre a la tierra, fertilizándola y cerrando el ciclo menstrual de forma armoniosa. También tiene que ver con la similitud del ser femenino con el ser tierra, generador de vida. Entonces a través de esta similitud la mujer puede acercarse a la naturaleza, lo que también genera empoderamiento ya que la mujer se siente parte de la naturaleza, por lo tanto, surge la necesidad de proteger la naturaleza

Basado en el desarrollo sostenible que practica la no contaminación y el cuidado de los recursos. La fertilización del suelo es un símbolo de potenciación porque la sangre de la menstruación es demasiado rica en nutrientes y al devolver los minerales al suelo lo mejora y esto contribuye a la ecología y al cuidado del medio ambiente.

Por lo tanto, se requiere conciencia e inteligencia para promover hábitos ecológicos que respeten la producción responsable.

El uso de "Lunas" protege el medio ambiente. Evita que todas las mujeres tiren de 10.000 a 15.000 toallas desechables, que contaminan los campos, ríos y océanos de todo el mundo y causan más de 100 años de degradación.

Esto está estrechamente integrado con las cifras mostradas por los grupos ecologistas que garantizan que las mujeres utilizan de 11.000 a 15.000 toallas sanitarias a lo largo de su vida fértil.

De esta manera se buscan alternativas sostenibles a largo plazo, por lo tanto, lo sostenible en "Lunas" se encuentra desde el principio ya que buscan proveedores de materias primas más sostenibles, lo cual no es fácil, pero esto facilita que la toalla pueda ser reutilizada por aproximadamente 5 años según testimonios, aunque la garantía establecida es de 2 a 3 años. Cuando la toalla se reutiliza y se devuelven los nutrientes al suelo, éste ya no se contamina, sino que, por el contrario, se fertiliza y se compostan los suelos, por lo que el proyecto es ecológicamente sostenible.

En cuanto al aspecto económico de "Lunas", cuando se hicieron los prototipos de toallas de tela, los socios reutilizaron materiales para la fabricación del producto, pero cuando llegaron al Ecuador consolidaron la micro-empresa, por lo que hubo que hacer una inversión como préstamo familiar para la compra de máquinas. Asimismo, para el crecimiento de la empresa ha sido necesario buscar

constantemente financiamiento hasta el día de hoy porque "Lunas" es una causa, y no sólo un negocio lucrativo.

Los ingresos monetarios de la empresa provienen en su mayoría de la venta de las toallas, pero sus servicios también contribuyen. Los servicios que ofrece son charlas, talleres, círculos de mujeres, y también ayuda a las mujeres con problemas de salud. La venta de las toallas ha tenido una demanda creciente en los últimos años, aunque no es regular ya que tiene una tendencia cíclica porque el producto genera autonomía al consumidor ya que su duración se prolonga, por lo que Lunas debe atraer a nuevos consumidores responsables.

Incluso tiene clientes de Argentina y Chile, a pesar de que hay productos similares en su país y esto ayuda a la economía nacional.

Por lo tanto, para que "Lunas" venda, es importante que la empresa se mueva en la educación menstrual.

Además, el producto de "Lunas" resuelve un problema socioeconómico basado en la adquisición de productos personales, que en el proceso natural de la menstruación de la mujer han sido capitalizados por diferentes empresas, por lo tanto, hace que mujeres de diferentes estratos sociales puedan adquirir Lunas y reutilizarlas por un largo período haciendo que sus gastos personales no disminuyan mensualmente.

Según el INEC las mujeres ganan en promedio un 20% menos que los hombres y sólo en Ecuador los cuatro millones de mujeres consumen mil millones de toallas al año.

Por lo tanto, el ahorro generado por "Lunas" hacia estas mujeres es bastante lógico ya que es un ahorro beneficioso a largo plazo. No sólo permite a las mujeres ahorrar dentro de la economía familiar, sino que también ahorra el impacto de la contaminación en el ambiente.

Además, el uso de "Lunas" hace que las mujeres disminuyan sus visitas al ginecólogo, y, por lo tanto, muestren un estado saludable en su área vaginal, causando un problema para la economía capitalista ya que se alía con la industria de la salud para evitar que esto suceda.

Siguiendo la misma tendencia de beneficios, "Lunas" permite a las mujeres estar sanas, felices, con poder de decisión y esto es sostenible para el bienestar de la sociedad. Si una sociedad está bien, consciente e inteligente, entonces la humanidad estará en mejores caminos.

Por lo tanto, en los 15 años de funcionamiento "Lunas" nunca se ha detenido con el fin de promover las toallas ecológicas, pero destaca la poca acogida que ha tenido debido a otros productos íntimos como las copas menstruales. Lunas no promueve el uso de la copa menstrual porque considera que es un tampón que se inserta en la vagina, recoge la sangre y no termina el proceso natural de la menstruación. Siendo así, los labios de la vulva de la vagina tienen terminaciones nerviosas que advierten a la mujer de lo que le sucede a su cuerpo que con el uso de las copas menstruales esta conexión con la menstruación se pierde ya que nunca sale, sólo se almacena en la copa.

Actualmente, las mujeres usan la copa menstrual demasiado, llegando al límite de no quitársela nunca o incluso de dormir con ella, cambiándola cada 2 horas. Pero también hay consumidoras responsables de este producto, que usan la copa menstrual para obtener su sangre, que termina en el suelo como fertilizante. Pero desafortunadamente la copa se está produciendo en exceso, y ya hay copas menstruales fabricadas en China que son de mala calidad, por lo que se recomienda su uso con conciencia social.

Otros aspectos de la conciencia social que acompañan a “Lunas” son los valores del comercio justo y la responsabilidad social que promueven. Dentro de la empresa nunca se han contratado maquilas, sino que, por el contrario, se han generado puestos de trabajo para madres de familia, que son jefas de hogar, como costureras, siendo ellas las que más ganan porque su trabajo es el más realizado en la producción. Siempre se busca ser responsable y no se puede cometer fraude dentro de la empresa, se paga el mismo salario a todos por hora independientemente de su trabajo.

Otros valores que practican son los de solidaridad, si una mujer no tiene dinero para la adquisición de “Lunas” se realiza una transacción basada en el trueque, o por otra parte se generan descuentos para las mujeres de escasos recursos con el fin de incentivarlas a la adquisición de la misma, pero por otra parte existen consumidoras responsables, quienes pagan un poco más si su condición económica les permite con el fin de beneficiar a otras mujeres.

Asimismo, practican valores de solidaridad, si una mujer no tiene dinero para la adquisición de “Lunas” se realiza una transacción basada en el trueque, o por otro lado se generan descuentos para mujeres de escasos recursos con el fin de incentivarlas a que lo adquieran, pero por otro lado hay consumidoras responsables, que pagan un poco más si su condición económica se los permite con el fin beneficiar a otras mujeres.

“Lunas” apoya a la comunidad dando talleres de confección, por lo que ha tenido un gran apoyo en el círculo de mujeres enseñándoles a hacer toallas de tela.

Por lo tanto, promueven la economía solidaria y responsable, sobre todo.

Promoviendo todos estos hábitos ecológicos, sociales y económicos, es lamentable que “Lunas” haya recibido poco apoyo para su desarrollo y esto depende de los funcionarios en ejercicio en un momento dado;

Por ejemplo, se han propuesto varios proyectos para la UNESCO, pero su respuesta ha sido una negación basada en el tabú de la menstruación. Desafortunadamente la gente lo toma con un problema personal propio, por lo que rechazan y no aceptan las ofertas de “Lunas”. En su lugar, una vez trabajaron con una mujer que formaba parte del Ministerio de Salud, que se apasionó por el tema de “Lunas” y esto ayudó a promover la empresa y los buenos hábitos que posee.

Y como se mencionó, este apoyo depende mucho de los funcionarios del momento por lo que, como conclusión, “Lunas” no ha recibido el apoyo esperado, y su permanen-

cia en el mercado se debe a la motivación y la pasión de las mujeres que están detrás de ella.

Además, para el desarrollo de “Lunas” dentro del mercado nacional, es necesario desarrollar políticas públicas basadas en el control y restricción de la publicidad masiva de la industria de productos íntimos para la mujer, ya que las grandes empresas promueven que la menstruación sea discreta y a su vez promueven el tema de la higiene femenina. Cuando se habla de higiene se hace referencia a la limpieza o pulcritud según la RAE, por lo que se afirma intrusivamente que la menstruación representa algo sucio, que por lo tanto debe ser limpiado. Estas palabras profundizan la negación femenina que perjudica a las mujeres y a la sociedad. Por lo tanto, la forma de publicidad de estas empresas debe ser controlada

Otra política pública necesaria tiene que ver con la educación menstrual temprana, ésta debe ser dictada en primera instancia antes de la educación sexual ya que es el primer paso antes de la introducción a la sexualidad.

Como última pieza de información a tener en cuenta: Los productos desechables contienen sustancias químicas, y como hay países que han prohibido el uso de sustancias químicas, las grandes empresas no tienen más remedio que trasladarse a América Latina para probarlas en mujeres. Por lo tanto, es necesario tener una política pública que defienda la integridad y la salud de las mujeres.

Finalmente, “Lunas” ha logrado consolidarse apasionadamente dentro del mercado, y continúa promoviendo sus grandes ideales. Actualmente tiene un proyecto sobre la Implementación de un círculo de mujeres de comunidades indígenas en Cotacachi para generar autonomía en las mujeres gracias al poder que tiene “Lunas” como herramienta de construcción social, ya que la empresa es una causa, no un fin lucrativo, por lo que actualmente está buscando financiamiento para llevar a cabo esta propuesta de manera integral. El plan piloto que se llevará a cabo en marzo en la comunidad de El Batán ya está establecido. Se trata de "Salud menstrual para niñas que están iniciando su primer ciclo menstrual", es decir, su primera luna, con el fin de proporcionarles información y conocimientos para entender lo que está sucediendo en sus cuerpos.

6 Conclusiones

Tras el análisis e interpretación de los resultados obtenidos de la empresa “Lunas” se puede decir que su modelo de desarrollo autosostenible representa un pilar fundamental para los emprendimientos verdes ya que, “Lunas” no sólo crea sus productos en base a materiales sostenibles, sino que también practica la permacultura con el fin de motivar una ecología femenina que consiste en la fertilización del suelo con sangre menstrual, lo que a su vez genera suelos mejorados y esto asegura que las futuras generaciones puedan tener recursos para satisfacer sus necesidades.

Además, “Lunas” tiene un modelo económico solidario ya que promueve valores de solidaridad como el comercio justo, pagando los salarios que sostienen a las

madres, que son las costureras de la empresa, o practicando intercambios como el trueque para que las personas puedan acceder a sus productos o servicios, por otro lado, gracias a su producto genera autonomía entre las mujeres. De esta manera, "Lunas" se sitúa dentro de la economía solidaria, ya que su empresa es vista como una causa que nació para romper los patrones establecidos en el sistema, pero no para buscar el beneficio en base al producto.

"Lunas" rompe el sistema cuando da poder a las mujeres en base a la autoestima y les permite sentirse realizadas cuando aceptan su menstruación como un proceso de revitalización para el mundo, más no como un proceso que se ha capitalizado y denigrado durante muchos años.

De esta manera, junto con el apoyo de otras mujeres, se han realizado talleres en las comunidades para que estas personas marginadas puedan encontrar la autonomía en su localidad. Por otro lado, se busca concientizar a la sociedad sobre la menstruación para romper el tabú que existe al respecto.

Para acompañar el ciclo menstrual, las grandes empresas promueven sus productos íntimos femeninos desechables, que tienen un impacto oculto dentro de los niveles de contaminación del mundo porque estos productos desechables no pueden ser reciclados, y como están hechos en su mayoría con plástico, su impacto es grande, por lo que no hay formas ecológicas de deshacerse de los millones de toallas desechables que se tiran anualmente. Además, algunos residuos terminan en lugares como ríos o mares y los contaminan porque estos productos contienen productos químicos que son perjudiciales para la salud de la población. Por lo tanto, el uso de una toalla femenina desechable significa apoyar un sistema que sólo ve a las mujeres como un ser capitalizable ya que hace un producto que exige discreción, un producto que tarda más de 100 años en desintegrarse, y que para deshacerse realmente de este producto requiere una incineración que resulta en más contaminación debido a las emisiones de gases que generan.

De esta manera surge "Lunas" con un impacto positivo de manera ecológica ya que su producto que consiste en toallas íntimas de tela resuelve esta problemática, además de que su producto es un beneficio a largo plazo ya que su uso se puede extender de 3 a 5 años, sin causar impacto en los niveles de contaminación que la industria de productos íntimos femeninos genera. Por otra parte, "Lunas" resuelve un problema social basado en la estigmatización de la menstruación ya que promueve la aceptación de la misma como forma de empoderamiento. Finalmente "Lunas" impacta directamente en la economía de los hogares haciendo que su inversión a largo plazo, que consiste en la adquisición del paquete de lunas, sea beneficioso ya que su uso se extiende por un largo tiempo, lo que significa ahorro en estos productos íntimos que mensualmente necesitan ser atendidos, por otra parte, al usar una toalla de tela se previene enfermedades relacionadas a la zona vaginal, lo que también economiza en la economía familiar ya que

evita que la mujer enferme, por otra parte la mantiene con salud, empoderamiento, y la hace formar parte de la ecología femenina con el fin de promover los buenos hábitos tanto de consumo como de producción.

De esta manera "Lunas" surge con un impacto positivo de manera ecológica ya que su producto que consiste en toallas íntimas de tela resuelve este problema, además de que su producto es un beneficio a largo plazo ya que su uso puede extenderse de 3 a 5 años, sin causar impacto en los niveles de contaminación que genera la industria de productos íntimos femeninos. Por otro lado, "Lunas" resuelve un problema social basado en la estigmatización de la menstruación ya que promueve la aceptación de la misma como una forma de empoderamiento. Finalmente, "Lunas" tiene un impacto directo en la economía de los hogares, haciendo que su inversión a largo plazo, que consiste en la adquisición del paquete de lunas, sea beneficiosa ya que su uso se extiende por un largo período, lo que significa un ahorro en estos productos íntimos que necesitan atención mensual, por otro lado, el uso de una toalla de tela previene las enfermedades relacionadas con el área vaginal, lo que también ahorra en la economía familiar ya que evita que las mujeres se enfermen.

De esta manera "Lunas" mantiene a las mujeres sanas, empoderadas, y las hace parte de la ecología femenina para promover buenos hábitos tanto en el consumo como en la producción.

Así pues, "Lunas" no sólo promueve el desarrollo local, sino que también asegura un desarrollo autosostenido para las generaciones futuras. Su modelo basado en la permacultura ofrece directrices para que otras empresas se adhieran a estos principios de responsabilidad con la naturaleza.

Por último, "Lunas" ha demostrado ser una empresa que puede trascender si cuenta con el apoyo y el impulso necesarios de las autoridades competentes porque rompe cualquier esquema establecido en el sistema, fomenta la producción nacional y promueve hábitos sostenibles para todos los agentes económicos.

Finalmente, la hipótesis de estudio se aprueba ya que "Lunas" sí tiene un impacto positivo en la sociedad, y a su vez afecta a la reducción de los niveles de contaminación.

7 Recomendaciones

Dentro del proceso de producción, debería replantearse si la responsabilidad corporativa es suficiente para asegurar la sostenibilidad de las generaciones futuras. Seguir las directrices basadas en el respeto de la naturaleza a partir de la permacultura debería ser una propuesta de modelo económico junto con el modelo de economía solidaria, ya que incluyen a todos los actores marginados de otros tipos de economía.

También sería importante generar la materia prima en los territorios nacionales y evitar la dependencia. Por ejemplo, en Manabí hay bosques de ceibo y hay tecnología que puede transformar sus flores en tela, pero lamentablemente

su costo de adquisición es demasiado alto, y aquí se ve la falta de participación de las entidades locales y nacionales para promover la producción nacional.

Por otra parte, es necesario la implementación de políticas públicas para defender la integridad de la mujer y el consumo responsable, es decir; se necesita aprobar una política pública que informe abiertamente sobre el proceso de menstruación, sin tabús, y así evitar que este ciclo menstrual sea renegado por miles de mujeres. De igual manera, se necesita proteger la producción nacional responsable, sí se tiene un modelo de gestión sostenible como el de “Lunas” es importante crear políticas públicas que apoyen estas empresas evitando a toda costa que productos exógenos lleguen al mercado nacional.

Por otro lado, es necesario implementar políticas públicas para defender la integridad de la mujer y el consumo responsable, es decir, es necesario aprobar una política pública que informe abiertamente sobre el proceso de la menstruación, sin tabúes, y así evitar que este ciclo menstrual sea renegado por miles de mujeres. De la misma manera, es necesario proteger la producción nacional responsable; si existe un modelo de manejo sustentable como el de “Lunas” es importante crear políticas públicas que apoyen a estas empresas, evitando a toda costa que los productos exógenos lleguen al mercado nacional, promoviendo así el consumo nacional y obligando implícitamente a los consumidores a ser responsables.

Asimismo, uno de los pedidos que hace “Lunas” es promover la implementación de una política pública que controle la publicidad maliciosa de la industria íntima femenina ya que repercute en aspectos sociales como la afectación psicológica de las mujeres, obligándolas a tener un ciclo menstrual discreto y oculto, de esta manera sólo se genera el rechazo del ciclo menstrual entre las mujeres, por lo que es importante evitar que esta publicidad siga siendo la que acompaña al proceso menstrual ya que es totalmente inconsciente del mismo.

Por último, se anima a los lectores a echar un vistazo consciente a lo que sabían y no sabían sobre la menstruación. Romper el tabú existente que margina y viola a todas las mujeres del mundo desde la antigüedad es un desafío que sólo las nuevas generaciones pueden cambiar. A todas las mujeres que alguna vez se sintieron ^{en}fermas,^{al} pasar por su ciclo menstrual, deben recordar que el ciclo menstrual representa la vida, independientemente de su deseo o no de procrear.

Referencias Bibliográficas

- Booisseau C., D. (2009). *Ginecosofía*. Descargado de <https://ginecologianatural.wordpress.com/2009/10/30/>
- Bothra, T. (2018). *Toallas sanitarias para frenar la contaminación*. San Francisco: ONU.
- Cárdenas, K. (2019). *Multiplifica Ediciones*. Descargado de <https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/>

[impuesto-rosa-la-tasa-invisible-que-pagan-las-mujeres](#)

- FDA. (2020). *FDA Información sobre los tampones y cómo usarlos con seguridad*. Descargado de <https://www.fda.gov/consumers/articulos-en-espanol/informacion-sobre-los-tampones-y-como-usarlos-con-seguridad>
- Jones, E. P. . A. (2019). Un estudio sobre la conciencia pública del impacto ambiental de los productos menstruales y la elección de productos. *MDPI*, 13.
- López-Mato, A., Illa, G., Boullosa, O., Márquez, C., y Vieitez, A. (2000). Trastorno Disforico Premenstrual. *Revista Chilena de Neuropsiquiatría*, 38.
- Macías Grijalva, A. F., y Coello Hernández, J. A. (2020). *Plan de negocio para comercializar productos Healthy Girl, dirigido al canal detallista de la parroquia Tarqui en la Ciudad de Guayaquil* (Inf. Téc.). Guayaquil.
- Magasin. (2020). *El Español*. Descargado de https://www.lespanol.com/mujer/salud-bienestar/20200511/beneficios-usar-copa-menstrual/489201371_0.html
- Manzi, C. (2020). Toallitas femeninas y tampones: los enemigos del medio ambiente. *El Brote Urbano*, 3.
- Opciones. (2018). *Opciones Impulsem el consum conscient*. Descargado de <https://opcions.org/es/consumo/esponjas-marinas-menstruales/>
- Padilla, S., y Pilataxi, C. (2018). *Modulo de informacion ambiental en hogares ESPND* (Inf. Téc.). Quito.
- Pocock, G., y Richard, C. (2005). *Fisiología Humana. La base de la medicina (2da. Edición)*. España: Masson.
- Vera, C. (2020). *Boletín Técnico Índice de Precios al Consumidor* (Inf. Téc.). Quito.

Recibido: 19 de enero de 2021

Aceptado: 23 de marzo de 2021



